

Somnis de consumisme

01/2013 - **Psicologia.** Ha conquerit el consumisme el nostre inconscient? Tenim tan assumits els seus símbols i imaginari que arriben a ser part dels nostres somnis? L'objectiu principal de la tesi doctoral de Marlon Xavier, llegida al Departament de Psicologia Social de la UAB, és explorar de quina manera els somnis representen la colonització de la subjectivitat per l'imaginari de consum. Utilitzant una mostra de més de 1.400 somnis, aquesta tesi ha intentat demostrar com el consumisme s'ha introduït, com una dictadura, en el nostre ésser, cada vegada més mercantilitzat i més deshumanitzat.



Proposant un enfocament en el concepte d'inconscient, aquesta tesi estudia l'imaginari social del consumisme, i el subjecte psicològic que aquest produeix, utilitzant el somni com leitmotif, o lent temàtica, i com objecte d'investigació empírica. Així, aquest treball s'insereix en el marc dels estudis sobre la subjectivitat en el context de la societat de consum postmoderna, en la qual el subjecte és definit com a consumidor i, fins i tot, com a mercaderia. Per això desenvolupa un abordatge exploratori interdisciplinari, el marc teòric del qual es fonamenta principalment en la psicologia analítica de C. G. Jung, en diàleg amb tradicions de la sociologia, antropologia i filosofia.

El marc teòric es divideix en dos blocs, basats en la discussió comparativa de dues formes diferents d'imaginari i dos conceptes de somni. El primer bloc explora els imaginaris simbòlics originals, les seves interrelacions amb la psique inconscient i els somnis, i com configuren la subjectivitat. El segon discuteix l'imaginari semiòtic de consum, explorant les seves típiques lògiques de mercantilització i colonització, la seva ideologia i les seves formes de fabricació de subjectivitat del consumidor per mitjà d'un focus en el concepte de somnis de consum (els desitjos, la fantasia-imaginació i la significació social fabricada i circulada com un imaginari per mitjà de la lògica de la publicitat).

Així doncs, l'objectiu principal d'aquesta recerca és explorar de quina manera els somnis representen la colonització de la subjectivitat per l'imaginari de consum.

Per aconseguir aquest objectiu es va realitzar un disseny metodològic qualitatiu, consistent en un estudi de múltiples casos. A partir d'un corpus de més de 1400 somnis recollits de fonts diverses (majoritàriament d'internet, oferts voluntàriament en contextos no clínics), 16 somnis van ser seleccionats en funció del seu tema, rellevància i riquesa en informació. La majoria d'ells presenta la particularitat de tenir McDonald's, Disneyland, centres comercials o grans botigues de departaments com els seus escenaris (*dreamscapes*) o temes principals. Els arguments per aquesta selecció són: aquests escenaris representen formes típiques de colonització cultural per l'ethos de consum (formes estudiades en sociologia per mitjà de les conegudes teories de McDonaldització i Disneyzació, de George Ritzer i Alan Bryman), i també representen el que Walter Benjamin va anomenar "mons de somni del consum", simbolitzant globalment l'imaginari del consumisme.

La tesi doctoral presentada demostra que els somnis poden revelar una crítica objectiva i profunda de la realitat sociocultural. Aquesta crítica es centra en la idea que l'imaginari del consum engendra una colonització massiva d'imaginari simbòlics, en un procés d'absorció i substitució dels símbols per signes i simulacres fabricats. Les seves imatges i narratives apareixen com una ideologia totalitzant -el règim del consumisme- que simula un imaginari religiós o mític. Aquest imaginari apareix en els somnis produint diverses formes de colonització de la subjectivitat, les quals poden ser resumides en una forma general: la mercantilització de diferents factors psicològics que són definidors de la identitat subjectiva, però particularment de factors irracionals com desitjos, emocions, imaginació i instints. Finalment, els somnis van revelar altres implicacions possibles d'aquests processos socioculturals i subjectius, la més important d'elles sembla ser la que la mutació cultural d'imaginari genera també una transformació antropològica, la qual va aparèixer simbolitzada com una mercantilització i deshumanització progressives de l'ésser.

Marlon Xavier.

Departament de Psicologia Social

"Sueños de consumo: Cómo los sueños revelan la colonización de la subjetividad por el Imaginario de consumo", tesi doctoral de Marlon Xavier llegida en el Departament de Psicologia Social de la UAB.